

Широта вимог до професійних якостей практичного психолога зумовлена і різноплановістю напрямків його роботи: просвітницький, корекційний, розвитковий, консультаційний. І взагалі, саме поняття «професіоналізм» сучасного практичного психолога, на нашу думку, має бути переосмислений та доповнений іншими трактуваннями.

Література

1. Журавльова Л.П. Психологія емпатії: Монографія.-Житомир: Вид-во ЖДУ ім.Івана Франка, 2007. – 328с.
- 2.Зеер Э.Ф. Психология профессий: Учебн. пособие. – 3–е изд., перераб. и доп. – М.: Академический Проект, Фонд «Мир», 2005. – 336 с.
- 3.Климов Е.А. Как выбирать профессию. – М.: Просвещение, 1990. – 159с.
- 4.Кокун О.М. Психологія професійного становлення сучасного фахівця: Монографія. – К.: ДП "Інформ.-аналіт. агенство", 2012. – 200 с.
- 5.Мова Л.В. Психологічні особливості забезпечення особистісної самореалізації майбутніх психологів у процесі фахової підготовки: Автореф. дис... канд. психол. наук: 19.00.07 / Національний педагогічний ун-т ім. М.П.Драгоманова. – К., 2003. – 20с.
- 6.Пов'якель Н.І. Професійна рефлексія психолога-практика // Практична психологія та соціальна робота. – 1998. – № 6 – 7. – С. 3 – 6.
- 7.Романова Е.С. 99 популярных профессий. Психологический анализ и профессиограммы. – 2-е изд. – СПб.: Питер, 2007. – 464 с.
- 8.Сургунд Н.А. Психодіагностика професійної придатності майбутнього практичного психолога: Автореф. дис. канд. психол. наук: 19.00.07 / Інститут педагогіки і психології професійної освіти АПН України. – К., 2004. – 22 с.

ОСОБЛИВОСТІ МОТИВАЦІЙНИХ ЧИННИКІВ ВИБОРУ ПРОФЕСІЇ ВИПУСКНИКАМИ ШКІЛ

Якименко Світлана Анатоліївна
Житомирський державний університет
імені Івана Франка, м. Житомир.
Науковий керівник – канд. педагог. наук,
доц. Мірошніченко Олена Анатоліївна

Соціально-економічні зміни, що відбулися в українському суспільстві, а також новітні досягнення психолого-педагогічної науки потребують перегляду та переосмислення підходів до вирішення проблеми професійного самовизначення школярів, зокрема – активізації мотиваційних чинників вибору професії випускниками шкіл.

Всесвітньо відомими авторами теорій мотивації, на які спираються дослідники сьогодення, стали А. Маслоу, Д. Макклелланд, Ф. Герцберг, Л. Портер, Е. Лоулер, Д. Макгрегор, В. Врум та інші. Серед українських вчених, які зробили суттєвий внесок у розвиток теорій мотивації, слід відзначити М. Вольського, Г. Цехановського, М. Туган-Барановського.

Однак результати аналізу наукових джерел свідчать про те, що вітчизняною наукою ще недостатньо вивчено психологічні чинники, які впливають на формування мотивації у старшокласників щодо вибору професійної діяльності.

Професійне самовизначення тісно пов'язане з поняттям «професійна орієнтація» (це багатоаспектна, цілісна система науково-практичної діяльності громадських інститутів, відповідальних за підготовку підростаючого покоління до вибору професії і вирішальних соціально-економічних, психолого-педагогічних та інших завдань по формуванню у

школярів професійного самовизначення, яке відповідає індивідуальним особливостям кожної особистості і запитам суспільства в кадрах високої кваліфікації) [2].

Правильний вибір професії старшокласниками передбачає наявність професійної придатності, тобто відповідності особистих інтересів, нахилів та здібностей школяра вимогам професії. Провідними компонентами в структурі професійного самовизначення є такі якості особистості, як інтереси, схильності і деякі індивідуальні властивості особистості.

Емпіричне дослідження особливостей професійного самовизначення проводилося на базі Малинської школи-ліцею №1 І-Шст. ім. Н. Сосніної та Нововороб'ївського НВК «ДНЗ-ЗНЗ І-Шст.». Вибірка складала 28 чоловік, з них п'ятнадцять дівчат і тринадцять юнаків. Дослідження проводилися в три етапи.

Для діагностики провідного типу мотивації при виборі учнями майбутньої професії нами використана методика Р. Овчарова «Мотиви вибору професії». Учні 11-х класів міської та сільської школи давалися заздалегідь підготовлені бланки, що містять 30 запитань, на які пропонувалося 5 типів відповідей. На бланку відповідей учням потрібно було оцінити твердження за п'ятибальною шкалою, проставивши потрібний бал.

Всього за даною методикою виділено 4 типи мотивів, яким відповідає певне поєднання номерів питань тесту. Обробка тесту здійснювалася шляхом підрахунку суми балів по кожній групі мотивів. Сума отриманих балів свідчить про ступінь вираженості тих чи інших мотивів при виборі школярами майбутньої професії.

Серед мотивом вибору професії Р. Овчаров виділяє внутрішні індивідуально значущі мотиви, внутрішні соціально значущі мотиви, зовнішні позитивні мотиви, зовнішні негативні мотиви.

Внутрішні мотиви вибору тієї чи іншої професії – громадська і особиста значущість; задоволення, яке приносить робота завдяки її творчому характеру; можливість спілкування, керівництва іншими людьми. Внутрішня мотивація виникає з потреб самої людини, тому на її основі людина трудиться з задоволенням, без зовнішнього тиску.

Зовнішня мотивація – це заробіток, прагнення до престижу, боязнь засудження, невдачі. Зовнішні мотиви можна розділити на позитивні і негативні.

До позитивних мотивів належать: матеріальне стимулювання, можливість кар'єрного зростання, схвалення колективу, престиж, стимули, заради яких людина вважає за потрібне докладати свої зусилля.

До негативних мотивів відносяться вплив на особистість шляхом тиску, покарань, критики, осуду і інших санкцій негативного характеру [1].

У результаті аналізу переважного виду мотивації було встановлено, що у юнаків переважають зовнішні негативні мотиви (середнє значення – 16,48 бала), далі – зовнішні позитивні мотиви (середнє значення – 14,64 бала). У дівчат зовнішні негативні і зовнішні позитивні мотиви отримали практично рівний розподіл (середні значення – 14,04 і 14,08 бала відповідно).

Так, юнаки більшою мірою схильні вибирати професію у зв'язку з її престижністю, вибором однолітками, за порадою батьків; дівчата більшою мірою орієнтовані на можливість отримувати високу заробітну плату, побудувати кар'єру, близькість до улюбленого шкільного предмету і подібні фактори.

На третьому місці в юнаків і дівчат виявлені внутрішні індивідуально значущі мотиви (середні значення – 10,6 і 11,08 відповідно) – інтерес до даної області, відповідність здібностям, можливість самопізнання, саморозвитку. Причому у дівчат вони більш виражені, ніж у юнаків. Необхідно також зауважити, що старшокласники виділяли внутрішні соціально значущі мотиви (середнє значення – 6,24 бала у юнаків і 6,4 бала у дівчат), проте оцінювали їх як такі, що мало впливають на їх вибір або зовсім не впливають, тому випробовуваних з домінуванням даного виду мотивації виявлено не було.

Результати анкетування учнів 11 класів міської школи свідчать про переважання внутрішніх соціально-значущих мотивів, таких як можливість реалізувати свій творчий хист

та внутрішніх індивідуально-значимих мотивів (можливість для творчості, можливість для розвитку). У учнів сільської школи переважаючими є внутрішні індивідуально-значимі мотиви (відповідність індивідуальним здібностям, можливість розумового і фізичного розвитку, привабливість, можливість для творчості) та зовнішні позитивні мотиви (висока заробітна плата).

Найімовірніше, переважання даного виду мотивації пов'язано з віковими особливостями старшокласників, які поки ще проявляють конформність у виборі професії, орієнтуючись на думку оточуючих людей, в першу чергу однолітків, громадську думку, а також на думку батьків, які здійснюють фінансування їх подальшого професійного навчання.

Дівчата більшою мірою орієнтуються на зовнішні позитивні мотиви – можливість отримувати високу заробітну плату, побудувати кар'єру, близькість до улюбленого шкільного предмету. Внутрішні соціально значущі мотиви старшокласниками розглядаються як незначні.

Відповідно слід зазначити, що індивідуально значущі мотиви визначені у 7 осіб (26,6%) учнів. Внутрішні соціально значущі мотиви важливі для 11 (36,6%) старших школярів і є домінуючими. Зовнішні позитивні мотиви притаманні 8 учням (30%). Зовнішні негативні мотиви спостерігаються у 2 осіб (10%). Внутрішні мотиви вибору професії пов'язані з громадською і особистою значимістю, а так же задоволенням, яке приносить діяльність завдяки її творчого результату.

Внутрішня мотивація виникає з потреб людини, тому особистість трудиться з задоволенням. Зовнішня мотивація пов'язана з заробітком, прагненням до престижу, страхом осуду. зовнішні мотиви діляться на позитивні і негативні мотиви. Позитивні – грошове стимулювання, кар'єрний ріст, схвалення колективу, престижність. Негативні – вплив на людину шляхом тиску, а саме покарань, критики, і інших покарань негативного характеру.

Виходячи з аналізу отриманих результатів, можна зробити висновок, що у більшості юнаків і деяких дівчат у виборі професії переважають зовнішні негативні мотиви, що в подальшому може несприятливо вплинути на їх мотивацію професійного навчання, а також на задоволеність працею і її продуктивність. При цьому юнаки більшою мірою, ніж дівчата схильні вибирати професію у зв'язку з її престижністю, вибором однолітками, порадами батьків.

Аналіз показав, що найбільш бажаними цінностями, на які орієнтуються учні, є: «престижність», «гроші» і «спілкування». Це свідчить про те, що учні прагнуть до вибору престижних, високооплачуваних професій, пов'язаних зі спілкуванням.

Література

1. Овчарова Р.В. Технологии практического психолога образования. – М.: ТЦ “Сфера”, 2010. – 448 с.
2. Професіограми і психограми професій педагогічного спрямування : метод. посіб. / [В. В. Синявський]. – Кіровоград : Імекс-ЛТД, 2014. – 83 с.

Яценко Наталія Вікторівна
Житомирський державний університет
імені Івана Франка, м. Житомир.
Науковий керівник – доктор психол. наук,
професор Журавльова Лариса Петрівна

Актуальність нашого дослідження визначається практичністю використання отриманих даних практиками з вікової, загальної та соціальної психології. На сьогодні взаємозв'язок гендерних відмінностей і особливостей сприймання обличчя людини є недостатньо вивченим. Тому ми взяли за мету дослідити сприймання обличчя людини, уточнивши критерії: атрактивність обличчя, фемінність чи маскулінність його рис і загальна задоволеність собою.

Ми ставимо за **мету** виявити практичні психологічні факти, які допоможуть нам зрозуміти, як саме сприймаються інші та «як нас бачать» у спілкуванні, у сприйманні та відображенні, у соціальній перцепції загалом.

Методологічну та теоретичну основу дослідження склали основні положення емоційно-ціннісного підходу, в межах якого зовнішність та сприймання тіла розглядається через виділені нами показники атрактивності у роботах Агеїчевої О.І., Васильова С., Данильченко Т.В., Гозман Л.Я., Кочнева В.І. та Кленчу А.М.; оцінки задоволеності собою (власної зовнішності та емоційно-ціннісного ставлення до неї) – С. Журарда і Р. Секорда; дослідження фемінності маскулінності методики С. Бем; оцінки обличчя з точки зору привабливості Верещинської Я.В.; за основну ідею взято тест методу портретних виборів Леопольда Сонді.

Досліджено особливості сприймання обличчя людини через критерії його фемінності, маскулінності, привабливості та атрактивності. Вперше розглянуто гендерний аспект сприймання обличчя людини з виділеними критеріями оцінки загальної задоволеності собою, фемінності, маскулінності рис обличчя та його психологічної атрактивності.

На рис.1 подано понятійно-логічну схему теоретичних основ дослідження. Основним поняттям в нашому дослідженні є «соціальна перцепція». Цей багатофункціональний процес передбачає сприйняття зовнішніх ознак людини, зіставлення їх з її особистісними характеристиками, інтерпретацію і прогнозування на цій основі її вчинків [4].

Так, як у спілкуванні є багато факторів, які передують позитивному або негативному сприйманню інших людей, ми не можемо обійти питання бар'єрів на його шляху.

Плануючи дослідження ми спиралися на результати психологічних вимірів таких вчених, як Бернс Р., Гоффман Э., Кочюнас Р., враховано положення про атрактивність Зінченка В.П. та Б.Г. Мещерякова [3].

Варто зазначити, що на сприймання обличчя людини та її зовнішності впливає той факт, наявне чи відсутнє її споглядання. Наприклад, за ефектом ореолу [8] криється перебільшення наявної інформації або факту про людину. Якщо вона гарна, значить – ніжна і жіноча, м'яка у спілкуванні. Або у неї великий ніс – надокучлива людина, яка всім щось рекомендує – стереотипізація [7] або приписування, як випадок атрибутції [1]. За наявності повного сприймання людини або рис її обличчя можливе запам'ятовування останнього аналізу її рис, що може бути головним у подальшому її сприйманні.

За умов виділення головної риси поміж усіх – у гало-ефекті [10], яка ставиться пріоритетною у подальшому, затьмарюється усе інше.